New Brunswick
Milk Marketing Board

1989 Annual Report

●Chairman's Message

In a short time the decade of the nineties will be upon us. It promises to be a time of change and challenge.

The Irish have an interesting saying, "It is in the shelter of each other that people live." Milk producers will find this very true in the nineties; we must shelter each other and show strength and togetherness. Consider these challenges facing our industry:

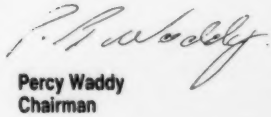
International trade negotiations in agriculture under the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) are to be completed in less than two years. The long-term objective of negotiations is to establish a fair market-oriented agricultural trading system. The goal is a trade order that will help all countries. Decisions on import quotas, exports, subsidies and even supply management will certainly affect us all. Reforms and transitional measures will be a part of the 90's.

The technological innovations facing us are staggering to the imagination. The bovine somatotrophin (BST) situation is well known to milk producers but of concern is consumer acceptance. We must also deal with genetic engineering, cloning and robotic milking. These will lead to increases in milk yields and a reduction in the number of milk producers.

Governments are changing their roles, taking a more regulatory stance. This could result in more direct involvement by producers in marketing industrial milk products and an interprovincial quota exchange system. The Federal Minister of Agriculture, the Hon. Don Mazankowski, has asked a Task Force to report in the early 90's and to recommend the direction the milk industry should take. It will be an interesting and far-reaching document.

Other trends affecting our industry include the increasing emphasis on health and environmental issues such as natural cultivation, better known as sustainable agriculture. The well-being and care of our animals will assume a forefront position. We will, as large landholders and dairymen, be in the mainstream of this transformation of farming techniques and new agricultural policies.

The decade of the nineties will prove to be challenging and interesting. By working in the shelter of each other, we can turn these apparent problems into exciting opportunities.



Percy Waddy
Chairman

●Objective

The objective of the New Brunswick Milk Marketing Board is to improve the income, stability and equity of milk producers in New Brunswick.

The goals established by the Board of Directors for 1990 and beyond will be realized by achieving the objective for all New Brunswick milk producers. Milk pricing must be more market-oriented with less emphasis on fat; advertising and promotion programs must be adequately funded and effectively managed; and Board operational costs must be at the lowest possible level to improve producer income. Provincial border controls must be reassessed, looking for methods to improve flexibility and rationalization of the industrial milk market and improve consumers' understanding of the milk marketing system to maintain stability for all milk producers. Committees of the Board will be more active, the operation of the organization will be more streamlined, and producer services will be provided so as to ensure equitable treatment for all producers.

Left to right: *Willis Anderson, Sussex; Stephen DeMerchant, Woodstock; Glen Price, Woodstock/Fredericton; Marny Robinson, Corporate Secretary; Everett Taylor, Miramichi; John Robinson, 1st Vice-Chairman, Sussex; Percy Waddy, Chairman, Moncton; Gerald Langelaan, Moncton; Jacques Laforge, 2nd Vice-Chairman, Northwest; Roger Kaye, Bathurst/Dalhousie/Tracadie; Albert Neill, Fredericton.*

●Board of Directors and Staff

The position of Chairman and Managing Director was separated December 1, 1988. Percy Waddy was elected Chairman of the Board and has fulfilled this role on a part-time basis, working 12 to 15 days a month. The position of Managing Director was changed to General Manager, with Bill Sherwood carrying out these duties on a full-time basis.

During the 1988/89 dairy year, Percy Waddy was returned to the Board of Directors by acclamation in the Moncton Area and John Robinson was elected in the Sussex Area. Their terms will expire in December 1991. Glen Price was elected in Area 2 to complete the term, expiring in December 1990, of Eugene Bradley, who had resigned.

During the 1989 fiscal year, eleven Board meetings and one conference call were held. In March, a two-day information and planning meeting was held with Local Milk Committee representatives. In August, the annual planning session was held to develop long and short-term plans and strategies.

The Board employs a staff of thirty-eight in five divisions: Finance and Computer Services, Economic and Producer Services, Transportation, Raw Milk Marketing, and Promotion and Communications.

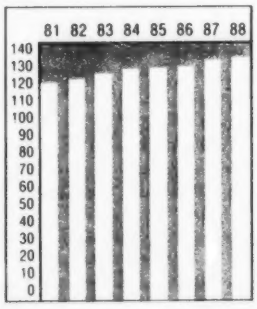
● Milk Production and Supply Management

In 1988/89 milk producers shipped 132,292,000 litres of milk with a total value of $65,940,095. Producer numbers in the province at year-end were 464 milk producers and 115 cream producers, for a total of 579 dairy farm operations. These numbers represent a decrease of 5 milk producers and 20 cream producers from the previous year.

In the 1988/89 dairy year, New Brunswick milk and cream producers shipped 2,353,018 kgs of butterfat which was 105.33% of the provincial allotment and 101.96% of MSQ issued. This represents the largest industrial milk volume produced in New Brunswick during the past 16 years.

Cream producers shipped 131,571 kgs, or 94.54% of their issued MSQ. Milk producers shipped 2,221,447 kgs, or 102.44% of their issued MSQ.

Total Production in New Brunswick
By Dairy Year
(Million of Litres)



● Milk Prices and Producer Payment

The prices of Class I and II milk were increased November 1, 1988 to $58.30 and $57.00 per hectolitre during the 1988/89 fiscal year. The blend price per hectolitre was $42.36 for June 30, 1989.

● Quota

The volume of Fluid Milk Quota as of June 30, 1989 was 257,264 litres per day. Class I sales were 194,324 litres per day, and production was 388,316 litres per day, in June 1989.

The New Brunswick allotment of Market Sharing Quota on August 1, 1988 was 2,234,000 Kgs of butterfat. The Board had issued 2,307,781 Kgs, or 103.3% of the total allotment, on July 31, 1989.

The Fluid Milk Quota market clearing price on the exchange ranged between $230.00 and $275.00 per litre. The Unused Market Sharing Quota price on the exchange ranged between $0.49 and $0.791 per litre, while the Used Market Sharing Quota ranged between $0.40 and $0.60 per litre, during the 1988/89 fiscal year.

● Milk Quality

Milk Quality has been and continues to be a top priority with the Board. In the last year, two major projects were started that should improve milk quality on the farm. The first was the introduction of an awards program to recognize producers who produce high-quality milk from well-maintained facilities. The second was the sponsorship of a research project, in co-operation with the Federal and Provincial Departments of Agriculture, focusing on forage-related flavour defects in milk. The project is fully funded by the Livestock Feed Development Agreement but administered by the N.B. Milk Marketing Board. Dr. Ed Charmley, who has his Ph.D in animal nutrition is the project leader, with Mr. John Barry providing technical assistance. Personnel from the N.B. Farm Products Marketing Commission, the N.B. Department of Agriculture, Agriculture Canada and the N.B. Milk Marketing Board serve on the steering committee which directs and monitors the project. Facilities have been provided at the Research Station in Fredericton.

Monitoring of bulk milk tank samples for flavour defects has continued on a weekly basis from November through May, and bi-weekly from June through October. Samples are obtained from each bulk tank on Friday or Saturday and are graded on the following Tuesday. A panel of four graders grade the samples at the Milk Marketing Board with two graders doing the grading at Newcastle. The grading panel is made up of personnel from the processors, the Farm Products Marketing Commission, and the Board. Each flavour defect is recorded and producers are informed by letter if their milk sample is found to have an off flavour. Chronic flavour problems are followed up by the FPMC or by the NBDA.

● Raw Milk Distribution

Raw milk transportation continues to be an area of great cost to milk producers. The consolidation of some milk-processing plants away from raw milk supply areas, and the decision by some dairies to reduce the number of days milk will be received adds to the overall cost of milk transportation. In spite of this, raw milk transportation rates did decrease $0.077 cents per hectolitre between June '88 and June '89. With an inflation factor of approximately 5.2%, the real saving is approximately $0.205 per hectolitre. Load size averaged 18,647 litres on approximately 7,100 loads of milk picked up. Route length increased from an average length of 220 kms to 258 kms.; however, the distance travelled per hectolitre of milk picked up dropped from 0.77 kms to 0.72 kms. Of the 132,292,000 litres of milk produced, 95,000,000 litres are now transported by tractor-trailer units.

Milk receipts at the Sussex storage depot reached a record 52.5 million litres this year. Increased storage capacity and new receiving equipment have resulted in minimal delays in unloading.

● Computer Services

Since 1982 the Computer Services Program has developed cost-saving systems for the office. The program has been extended to cover services to producers. Producers can acquire personal computers, as well as animal management and accounting software, through the Board office at excellent prices.

● Producer Services

The major projects under Producer Services continue to be the Dairy Business Analysis Project, commonly referred to as the cost-of-production study and the Udder Health Program.

The 1988 NBDBA Project was completed in May 1989. This is three months earlier than last year and the earliest the data has been available since the beginning of the project in 1982.

Computerized data collection and allocation programs helped reduce project staff time by 2500 hours. Raw data was made available to the Canadian Dairy Commission before their May 31st deadline. New Brunswick data, along with Ontario and Quebec data, is introduced into the CDC pricing formula which assists the Minister of Agriculture in determining a fair return to milk producers for their product.

The Udder Health Program continues to grow through increased use by producers. In 1988/89 more than 100 calls and follow-up visits were made to farms by the Udder Health Specialist. Workshops given to provincial veterinarians and Maritime Dairy Inspection fieldmen, discussions with N.B. Power establishing training and testing procedures for stray voltage, and involvement in a mastitis research project are ways in which the Udder Health Program is striving to improve mastitis management for producers.

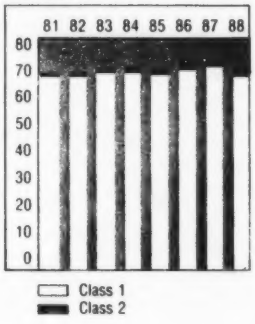
In the 1988/89 year, there were four new applicants under the graduated entry program, bringing the total to 166 producers who have taken advantage of the program over the past sixteen years.

● Promotion

Product Demand Highlights

Total demand for milk and dairy products declined in the past year. The domestic demand for industrial milk was down 1.4% for the 1988/89 dairy year. At retail, total cheese was up 7.7% while butter was down 3.2%. Total fluid retail demand was down 2.3% from the previous dairy year, with Class I down 2.6% and Class II up 5.3%.

Class 1 & 2 Sales
By Calendar Year
(Millions of Litres)



Industrial Milk Promotion Highlights

The Dairy Bureau of Canada continued its promotion of both butter and cheese through the *Mellow Yellow* and *Scott and Joey Cheese Please* television advertising. These campaigns were supported through the Bureau's foodservice and consumer recipe card program, as well as through liaison with foodservice education faculties to promote use of the cheese seminar program.

A four-week cheese and pasta promotion entitled *In Shape for Summer*, was launched in mid-May. This promotion, co-sponsored by Catelli, offered cheese lovers a chance to win a trip for two to Italy during the last race of the Cycle World Cup. The second prize was $1,000 worth of groceries. Each contest entry form provided consumers with four delicious cheese and pasta recipes. The promotion coincided with *June is Dairy Month*.

The Dairy Bureau's eight-week, *Lick the Heat* ice-cream campaign was again carried out in 1989. Posters, stickers,billboards, busboards and print ads were effective in distributing the message. This year's campaign also included T-shirts which were sold to processors and retailers at cost in order to improve the overall exposure of the campaign. Milk Riders increased the awareness of the campaign through live interviews on twelve radio stations across the province.

This year was the third and final year for the current *Milk Bread* campaign. The program consists entirely of outdoor billboards. Though the program had varied success, it has resulted in the use of about 2 million kilograms of skim milk powder. The projected total amount of skim milk powder used by the end of the program is 3.2 million kilograms.

The Bureau's scientific and nutrition research division continues to serve the industry by both defending the benefits of dairy products and finding new products, such as fractionated butter, that will benefit the dairy industry. Similarly, the market and economic research division continues to be an important aspect of both the Dairy Bureau's and the Milk Marketing Board's activities by building solid foundations upon which marketing initiatives are built.

The Board continues to provide provincial monitoring and implementation support for Bureau programs through its promotion staff. The N.B. Milk Foundation also provides in-province support for many Bureau nutrition communication activities.

Fluid Milk Promotion Highlights

Based on market research, the Board's promotion department set the following target priorities for its fluid milk promotion efforts:

1. *Out-of-Home :*
   Young adults
   (aged 18-34 years)
   Teens
   (aged 12-17 years)
   Pre-teens
   (aged 6-12 years)
2. *Ingredient:*
   Homemakers
   (aged 18-49 years)

The *Maintain Your Cool* milk television advertising aimed at the teen and young adult markets is in its second year. The objectives of the campaign are to increase milk consumption within the target group, to position milk as a modern beverage and to reinforce out-of-home consumption. Two new commercials entitled *Bovine* and *Feline* were added to the pool this year, expanding it to four. Research indicates the commercials are well liked and that the campaign awareness amongst the target group is about 90%. This is exceptional, given an awareness of 50% is considered very good by the advertising industry. Futhermore, per capita milk consumption increased by 8% within the target group aged 12 to 29 years, according to research by International Surveys Ltd. These two findings in particular suggest the 39-week milk television campaign is working very well.

The school milk program, aimed at both the pre-teen and teen markets, continued to maintain milk's visibility in schools. Over 26,000 students participated in the elementary school milk program, doubling last year's participation. Thousands of junior and senior high school students were reached through a 26-week top-teen radio sponsorship. Both the elementary and junior high programs received nutrition and education resource support from the N.B. Milk Foundation.

The out-of-home campaign for the '89 summer was targeted at the 12 to 34 years market. The objective was to promote consumption of cold milk in situations away from home. Heavy emphasis was placed on both radio and billboard advertising. Five 30-second *Maintain Your Cool* commercials were aired on eleven radio stations throughout the province. *Maintain Your Cool* billboards were located in six urban centers and a *Maintain Your Cool Day* was held during four major exhibitions.

The *Milk Moo-Mobile* van with its uniquely featured cow design, generated a great deal of publicity for the Board. Its visibility this summer at various fairs and special events including parades, drew appreciation and positive reaction from all regions of New Brunswick.

The 1989 Dairy Princess, as well as the Milk Rider, played an important role in the summer's promotion and public relations programs. They attended many special events from May to September, achieving a tremendous amount of publicity for milk and the dairy industry. Various media interviews resulted in about $3,200 worth of unpaid publicity.

Projects emphasizing the ingredient market continued during the year. A provincial distribution of 140,000 milk calendars encouraged milk's use as a cooking ingredient. The milk calendar received support from the Evening Times-Globe in Saint John which ran two feature announcements promoting the milk calendar insertion. Thousands of dairy recipes were distributed to consumers and 750 milk cookbooks were sold during the year.

Public Relations Highlights

The level of public relations activities continued to increase during the year, particularly in rural areas. Through the Board's Local Area Public Relations program, many local milk committees promoted milk and the dairy industry. The Dairy Town Classic Basketball Tournament and The New Brunswick Amateur Speedskating Championships involving Gaetan Boucher's participation were two successful sponsorships undertaken which were attended by thousands of New Brunswickers.

The $750 G.B. Whalen Memorial Scholarship for 1989 was awarded to Mr. John Schenkels of Red Bank. Mr. Schenkels is enrolled in his third year of a Bachelor of Science in Agriculture program at the Nova Scotia Agricultural College.

Janet Jagoe of Stonehaven received the 1989 N.B. Milk Marketing Board Technology Scholarship of $500. Miss Jagoe is enrolled in her second year of the Agriculture Training Program at the Woodstock Community College.

•Dairy Princess

The 1989 Dairy Princess is Miss Michelle Dubois of Oromocto. Michelle and our Milk Rider, Nicole LeBlanc, had a busy summer visiting elementary schools and participating in many fairs, special events and exhibitions. They promoted milk and other dairy products, providing lots of summertime fun with milk chug-a-lugs and ice-cream contests. Michelle is continuing her studies at the University of Ottawa and is planning a career in communications. Nichole is continuing her studies at the Université de Sherbrooke where she is studying to become a medical doctor.

The New Brunswick Milk Marketing Board

• Balance Sheet

as at June 30, 1989

• Assets	1989	1988
Current Assets		
Cash	$ 4,086	
Term deposit receipt		$ 750,000
Accounts receivable	4,623,791	4,758,223
Inventories	39,410	34,088
Marketable securities (Market value $753,816)	747,329	
Prepaid expenses	29,307	68,444
	5,443,923	5,610,755
Funds and Investment		
Promotion	8,635	
Investment–R&G Transport Ltd., equity basis	728,156	801,492
	736,791	801,492
Fixed Assets, at cost (note 1)		
Land, lagoon and roadways	285,829	280,030
Buildings	812,220	810,405
Bulk milk storage equipment	747,869	739,126
Office furniture and equipment	130,055	119,078
Computer equipment and software	271,851	257,038
Automobiles and trucks	164,247	135,191
	2,412,071	2,340,868
Less accumulated depreciation	1,105,478	919,193
	1,306,593	1,421,675
	$7,487,307	$7,833,922

• Liabilities	1989	1988
Current Liabilities		
Bank loan (note 2)	$1,312,630	$ 511,000
Bank overdraft		927,850
Accounts payable and accrued liabilities (note 3)	3,909,535	4,123,987
	5,222,165	5,562,837
Funds		
Promotion		23,127
Indemnity	751,219	750,000
	751,219	773,127
Surplus		
Contributed surplus	37,608	37,608
Retained income	1,476,315	1,460,350
	1,513,923	1,497,958
	$7,487,307	$7,833,922

Notes

1. All fixed assets are stated at cost and with the exception of data processing software are being depreciated on the diminishing balance method at the following annual rates:

Roadways	8%
Lagoon	2½%
Buildings	5%
Bulk milk storage equipment	20%
Office furniture and equipment	20%
Data processing equipment	30%
Data processing software	5 years
Vehicles	30%

   The cost of various fixed assets have been reduced by $95,553 related to government assistance received.
2. The bank loan is secured by a general assignment of debts, a fixed and floating charge debenture, and assignment of fire insurance.
3. Accounts payable and accrued liabilities include an amount of $482,430 (1988 $907,535) being the unremited portion of market sharing quota levies collected to year ended June 30, 1989, and $415,263 (1988 $113,645) over-quota levies collected less the portion applicable to within-quota levy.

• Auditors' Report

To the Members of the New Brunswick Milk Marketing Board

We have examined the balance sheet of the New Brunswick Milk Marketing Board as at June 30, 1989 and the statements of income and retained income and changes in cash resources for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Board as at June 30, 1989 and the results of its operations and the changes in its cash resources for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Sussex, New Brunswick
October 16, 1989

Buckley & Nixon
Chartered Accountants

Approved by the Board

Roger C. Kaye
Director

Stephen L. DeMerchant
Director

●Statement of Income and Retained Income

Year ended June 30, 1989

Income	1989	1988
Producer fees	$ 372,912	$ 396,061
Allocation from pool operations	205,052	111,895
Allocation from Quota Fund	214,024	164,221
Service fees	951,287	774,462
Lease	108,225	83,359
Interest	86,397	78,547
Other	88,682	88,397
	2,026,579	1,696,942
Expenses		
Administrative (note 4)	874,875	848,229
Policy development (note 5)	147,349	152,917
Local milk committees	39,205	34,389
Transportation and drivers	644,850	498,019
Annual meeting	36,404	25,879
Other meetings	28,604	34,802
Milk storage	102,727	65,601
Depreciation	63,264	72,234
	1,937,278	1,732,070
Excess income over expenses (expenses over income)	89,301	(35,128)
Investment income (loss), R&G Transport Ltd.	(73,336)	163,341
Retained income at beginning of year	1,460,350	1,332,137
Retained Income At End Of Year	$1,476,315	$1,460,350

Notes

4. Administrative expenses do not include $238,722 (1988 $212,517) allocated to the Promotion Fund and Transportation Expenses.
5. Policy development expenses include remuneration and operating expenses of the Board Members.
6. Comparative figures for 1988 have been restated to conform with financial statement presentation for the current year.

●Statements of Changes In Cash Resources

Year Ended June 30, 1989

Cash Resources Derived From	1989	1988
Operations		
Income	$ 15,965	$ 128,213
Items not involving cash resources		
Depreciation	199,911	166,291
Loss on disposals	1,214	9,039
Gain (loss) on investment	73,336	(163,341)
	290,426	140,202
Proceeds on disposals	11,713	22,516
	302,139	162,718
Cash Resources Applied To		
Operations		
Working capital from operations	74,076	542,202
Additions to fixed assets	97,757	407,954
	171,833	950,156
Increase (Decrease) in Cash Resources Deficiency	(130,306)	787,438
Cash resources deficiency beginning of year	1,438,850	651,412
Cash Resources Deficiency End Of Year	$1,308,544	$1,438,850
Cash Resources Deficiency		
Bank loan		511,000
Cash overdraft	1,308,544	927,850
	$1,308,544	$1,438,850

Note

7. It is the policy of the Board to maximize the return on funds retained as working capital by investing in deposit receipts and similar interest earning arrangements.

•Pool Operations

Year Ended June 30, 1989

	1989	1988
Milk Quantities ('000' litres)	132,292	130,342
Milk Value		
Sales	$65,940,095	$63,859,315
Purchases	65,734,628	63,738,762
Payable to producers at end of year	205,467	120,553
Transportation		
Recovered from producers	3,118,050	3,305,979
Expense	3,118,465	3,314,637
Recoverable from producers at end of year	415	8,658
Allocated To Income	$ 205,052	$ 111,895

•Statement of Quota Funds

Year Ended June 30, 1989

	Fluid Quota		Market Sharing Quota				All Quota	
			Unused		Used			
	1989	1988	1989	1988	1989	1988	1989	1988
Receipts	$ 930,864	$1,008,862	$956,911	$673,821	$69,934	$99,927	$1,957,709	$1,782,610
Disbursements	752,961	899,419	926,445	657,831	64,279	58,310	1,743,685	1,615,560
Changes in the year	(177,903)	(109,443)	(30,466)	(15,990)	(5,655)	(41,617)	(214,024)	(167,050)
Allocation to income	177,903	176,225	30,466	(100,344)	5,655	88,340	214,024	164,221
Balance at beginning of year	Nil	(66,782)	Nil	116,334	Nil	(46,723)	Nil	2,829
Balance At End Of Year	Nil	Nil	Nil	Nil	Nil	Nil	Nil	Nil

Note

8. Receipts and disbursements for quota are made by the Board after the market clearing prices have been established. The market clearing price is the price at which the volume of quota offered for sale is equal to, or most nearly equal to, the volume of bids to purchase quota.

•Statement of Promotion Funds

Year Ended June 30, 1989

Receipts during year	1989	1988
Pool milk (note 9)	$ 928,733	$ 867,879
Other	63,153	59,545
	991,886	927,424
Disbursements during year		
Industrial promotion (note 10)	358,652	323,747
New Brunswick Milk Foundation	50,799	52,579
Research and development	14,277	14,213
Fluid promotion		
Television costs	191,371	146,844
Dairy Bureau of Canada	6,606	4,946
School milk	36,900	25,400
Other programs	77,816	84,808
Public relations	93,326	69,891
Administrative	193,901	181,546
	1,023,648	903,974
Increase (Decrease) For The Year	(31,762)	23,450
Accumulated funds at beginning of year reserved for promotion	23,127	(323)
Balance At End Of Year	$ (8,635)	$ 23,127

Notes

9. Collections on pool milk for promotion purposes were increased effective July 1, 1988 from 67.8¢ to 70.2¢ per hectolitre in respect of all shipments.

10. Disbursements to the Dairy Bureau of Canada for industrial promotion were 60¢ per hectolitre of market sharing quota shipments by all producers.

•Indemnity Fund

Year Ended June 30, 1989

Receipts during year	1989	1988
Interest earned	$ 65,629	$ 60,836
Advances	(6,995)	(24,405)
	58,634	36,431
Disbursements during year		
Calendar project	57,415	38,621
Increase (Decrease) For The Year	1,219	(2,190)
Balance at beginning of year	750,000	752,190
Balance At End Of Year	$751,219	$750,000

•Market Sharing Quota Levies

Year Ended June 30, 1989

	1989	1988
Payable to CDC at beginning of year	$ 959,166	$1,204,746
Net collections from producers	1,967,777	2,165,712
	2,926,943	3,370,458
Disbursements to CDC	2,029,250	2,411,292
Payable to CDC at end of year (note 11)	$ 897,693	$ 959,166

Note

11. Payable to CDC at end of year includes $415,263 (1988, $113,645) over-quota levies collected less the portion applicable to within-quota levy.

La Régie de mise en
marché du lait
du Nouveau-Brunswick

Rapport annuel 1989

•Message du Président

Les années 1990 se profilent déjà à l'horizon. Ce sera une décennie de changements et de défis à relever.

Les Irlandais ont cette maxime intéressante: "C'est à l'abri les uns des autres que vivent les gens." Les producteurs laitiers pourront vérifier la justesse de cette affirmation dans les années 1990: nous devons nous protéger les uns les autres et afficher de la force et de la solidarité. Voici les défis que nous aurons à relever:

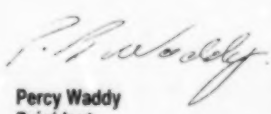
Les négociations commerciales internationales dans le domaine de l'agriculture en vertu de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) devraient être terminées d'ici deux ans. L'objectif à long terme des négociations est "d'établir un régime de commerce agricole équitable axé sur le marché." Il s'agit de mettre en place un ordre commercial qui aidera tous les pays. Les décisions concernant les quotas d'importation, les exportations, les subventions et même la gestion des approvisionnements, nous toucheront sûrement tous. Les réformes et les mesures de transition seront à l'ordre du jour dans les années 1990.

Les innovations technologiques qui se présentent dépassent l'imagination. La situation concernant la somatotrophine bovine est bien connue par les producteurs de lait mais ce qui nous concerne est l'acceptation du consommateur. Nous devons également composer avec le génie génétique, le clonage et la traite robotisée. Il y aura ainsi augmentation du rendement laitier, mais aussi réduction du nombre de producteurs laitiers.

Les gouvernements modifient leurs rôles, par une réglementation plus rigoureuse. Les producteurs pourraient ainsi être appelés à participer plus activement à la commercialisation des produits de lait industriels et à un système d'échanges interprovincial de quotas. Le ministre fédéral de l'Agriculture, l'honorable Don Mazankowski, a demandé à un groupe de travail de produire un rapport au début des années 1990 et de recommander l'orientation que l'industrie laitière devrait prendre. Ce sera un document intéressant et de grande conséquence.

Les autres tendances affectant notre industrie sont l'accent sur la santé et les problèmes de l'environnement tel que la culture biologique, appelée aussi "agriculture soutenue." Le bien-être et le soin de nos animaux prendront une grande importance. A titre de grand propriétaire terrien et de producteur laitier, nous serons au coeur de cette transformation des techniques d'exploitation agricole et des nouvelles politiques agricoles.

La décennie des années 1990 offre des défis intéressants. En travaillant "à l'abri des uns des autres," nous pouvons transformer ces problèmes apparants en occasions fascinantes.

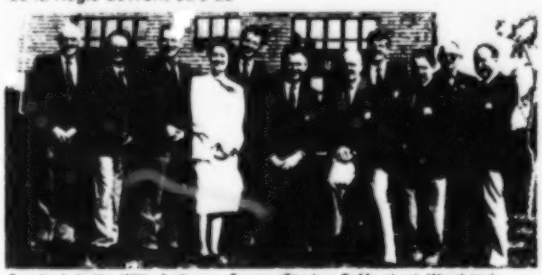


Percy Waddy
Président

•Objectif

L'objectif de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick est d'améliorer le revenue, la stabilité et l'équité des producteurs de lait du Nouveau-Brunswick.

Les buts établis par le conseil d'administration pour 1990 et les années futures seront réalisés en accomplissant l'objectif pour tous les producteurs de lait du Nouveau-Brunswick. Le prix du lait devra être plus orienté vers le marché avec moins d'emphase sur le gras. Les programmes de publicité et de promotion devront être financés convenablement et administrés efficacement, et les frais de fonctionnement de la Régie devront être au plus bas niveau que possible afin d'améliorer le revenu du producteur. Les contrôles des frontières provinciales devront être réévalués, en y trouvant des méthodes pour améliorer la flexibilité et la rationalisation du marché de lait industriel. Il faudra aussi améliorer la compréhension des consommateurs concernant le système de mise en marché du lait afin de maintenir la stabilité pour tous les producteurs de lait. Les comités de la Régie seront plus actifs, le fonctionnement de l'organisation sera plus efficace, et les services aux producteurs seront fournis afin de pouvoir traiter avec équité tous les producteurs.



Gauche à droite: Willis Anderson, Sussex; Stephen DeMerchant, Woodstock; Glen Price, Woodstock/Fredericton; Marny Robinson, secrétaire; Everett Taylor, Miramichi; John Robinson, 1e vice-président, Sussex; Percy Waddy, président, Moncton; Gerald Langelaan, Moncton; Jacques Laforge, 2e vice-président, Nord-ouest; Roger Kaye, Bathurst/Dalhousie/Tracadie; Albert Neill, Fredericton.

•Conseil d'administration et personnel

Le poste de président et de gérant a été séparé le 1er décembre 1988. Percy Waddy a été élu président du conseil et a accompli ce rôle à temps partiel, travaillant 12 à 15 jours par mois. La position du gérant a été changée à directeur général, avec Bill Sherwood exécutant ces fonctions à plein temps.

Durant l'année laitière 1988/89 Percy Waddy a été réélu par acclamation dans la région de Moncton et John Robinson a été élu dans la région de Sussex. Leurs mandats se termineront en décembre 1991. Dans la région 2, suite à la démission de Eugene Bradley, Glen Price a été élu pour finir ce mandat qui se termine en décembre 1990.

La Régie a tenu onze réunions et une téléconférence durant l'année. Une séance d'information et de planification de deux jours a eu lieu, en mars, avec des représentants des comités locaux. La séance de planification annuelle en vue d'élaborer ses plans et stratégies à court et à long terme a été tenue à la fin d'août.

La Régie compte 38 employés oeuvrant dans cinq divisions: Finances et Services informatiques, Economie et Services aux producteurs, Transport, Mise en marché du lait cru, Promotion et Communications.

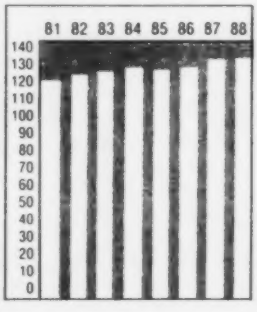
●Production laitière et gestion des approvisionnements

En 1988/89, les producteurs de lait ont expédié 132,292,000 litres de lait, d'une valeur totale de 65,940,095$. A la fin de l'année, la province comptait 464 producteurs de lait et 115 producteurs de crème, soit 579 exploitations laitières au total. En fait, la province dénombre 5 producteurs de lait et 20 producteurs de crème de moins que l'année précédente.

Au cours de l'année laitière 1988/89, les producteurs de lait et de crème du N.-B. ont expédié 2,353,018 kgs de matière grasse, soit 105,33% de l'allocation provinciale, et 101,96% du QMM attribué. Il s'agit là du plus important volume de lait de transformation produit au N.-B. au cours des 16 dernières années.

Les producteurs de crème ont expédié 131,571 kgs, soit 94,54% du QMM attribué. Les producteurs de lait ont expédié 2,221,447 kgs, soit 102,44% du QMM qui leur avait été accordé.

Production totale au Nouveau-Brunswick
Année
(millions de litres)



●Prix du lait et paiements aux producteurs

Les prix du lait des classes I et II furent augmentés le 1er novembre 1988 à 58,30$ et 57,00$ l'hectolitre pendant l'année financière 1988/89. Le prix mixte s'établissait à 42,36$ l'hectolitre au 30 juin 1989.

●Quotas

Au 30 juin 1989, le volume de QLC était 257,264 litres par jour. En juin 1989, les ventes de lait de classe I s'élevaient à 194,324 litres par jour, et la production était de 388,316 litres par jour.

Le QMM attribué au N.-B. le 1er août 1988 s'établissait à 2,234,000 kgs de matière grasse. La Régie avait attribué 2,307,781 kgs, ou 103,3% de l'allocation totale, le 31 juillet 1989.

Les QLC se sont transigés à la bourse de quotas entre 230$ et 275$ le litre. Le prix de QMM non utilisés à la bourse a varié entre ,49¢ et ,791¢ le litre, tandis que celui du QMM utilisés a varié entre ,40¢ et ,60¢ le litre, durant l'année financière 1988/89.

●Qualité du lait

La qualité du lait a été et continue d'être une grande priorité. Durant la dernière année, deux projets majeurs ont été commencés qui devraient améliorer la qualité du lait sur la ferme.

Premièrement introduit était un programme de trophées pour reconnaître les producteurs qui produisent du lait de haute qualité dans des lieux propres. Deuxièmement était le financement d'un projet de recherche en coopération avec les départements d'agriculture fédéraux et provinciaux qui se concentre sur les mauvaises saveurs de lait causées par l'alimentation. Ce projet est entièrement financé par "l'Entente sur le développement du secteur des aliments pour animaux," mais est administré par la Régie de mise en marché du lait du N.-B.

Dr. Ed Charmley, qui a obtenu son doctorat en nutrition des animaux, est chef du projet et M. John Barry l'aide à faire le travail de laboratoire et l'échantillonage. Le personnel de la Commission de commercialisation des produits agricoles du N.-B., le Ministère d'agriculture du N.-B., Agriculture Canada et la Régie de mise en marché du lait servent sur le comité qui dirige et surveille le projet. Des locaux ont été fournis à la station de recherche à Fredericton.

Le contrôle des échantillons prises des bassins de lait en vrac pour la détection des mauvaises saveurs continue sur une base hebdomadaire de novembre à mai et semi-hebdomadaire de juin à octobre. Les échantillons sont obtenus de chaque bassin de lait en vrac le vendredi ou samedi et sont classés le mardi suivant. Un groupe désigné de quatre classeurs font l'analyse des échantillons sur les lieux de la Régie et un groupe de deux à Newcastle. Le groupe désigné de classeurs est composé de personnel prises des laiteries, de la Commission de commercialisation des produits agricoles et de la Régie. Les mauvaises saveurs sont enrégistrées et les producteurs sont avisés par lettre si leur échantillon de lait a une mauvaise saveur. Les problèmes de saveurs qui persistent sont poursuivits par la CCPA et MANB.

●Distribution du lait cru

Le transport du lait cru demeure une activité qui coûte cher aux producteurs. La consolidation de quelques usines de transformation qui sont loins des régions qui les alimentent de lait et la décision de quelques laiteries de réduire le nombre de jours à recevoir le lait sont deux choses qui augmentent le coût total de transport. Malgré ceci, le taux de transport du lait cru a diminué de ,077¢ du hectolitre entre juin '88 et juin '89. En ajoutant un facteur d'inflation de 5,2% l'épargne réelle est environ ,205¢ l'hectolitre. Le volume moyen était 18,647 litres pour un total d'environ 7,100 chargements de lait ramassé. Le parcours des routes a augmenté en moyenne de 220 kms à 258 kms. Cependant, la distance parcourue par hectolitre de lait ramassé a diminué de 0,77 kms à 0,72 kms. Du 132,292,000 litres de lait produit, 95,000,000 litres sont maintenant transportés par citernes à remorque.

Le déchargement du lait à l'entrepôt de Sussex a atteint un niveau record de 52,5 millions litres. Avec l'augmentation de la capacité d'entreposage et le nouveau système de déchargement, les périodes d'attente au déchargement ont été minimisées.

●Informatiques

Depuis 1982, les Services informatiques ont conçu des systèmes permettant de réaliser des économies pour le bureau. Elles ont été réparties aux services aux producteurs. Les producteurs peuvent maintenant se procurer à d'excellents prix, par l'entremise du bureau de la Régie, des ordinateurs personnels ainsi que des logiciels de gestion du troupeau ou de comptabilité.

•Services aux producteurs

Les principales activités au chapitre des Services aux producteurs demeurent le Projet d'analyse de l'activité de production laitière au N.-B. (communément appelé l'étude sur le coût de production) et le Programme d'hygiène du système mammaire. Le Projet d'analyse pour l'année 1988 s'est terminé en mai 1989. Depuis le début du projet en 1982, c'est la première fois que les résultats sont disponibles si tôt, soit trois mois plus tôt que l'année dernière. L'informatisation de la collecte des données et les programmes de distribution ont aidé à réduire les heures du personnel de 2500. Les premiers résultats ont été mis à la disposition de la Commission canadienne du lait avant leur date limite du 31 mai. Les résultats du N.-B. en plus de ceux de l'Ontario et du Québec ont été introduits dans la formule du CCL qui aident le Ministre de l'agriculture à déterminer un retour équitable aux producteurs de lait pour leur produit.

Le Programme d'hygiène du système mammaire continue à grandir dû à l'intérêt accru des producteurs. En 1988/89, le spécialiste du système mammaire a fait plus de 100 appels et visites d'observation. Certaines méthodes utilisées par le Programme d'hygiène du système mammaire pour améliorer la gérance de mammite pour les producteurs sont des ateliers présentés aux vétérinaires provinciaux et itinérants d'inspection des laiteries des Maritimes, des discussions avec Energie N.-B. afin d'établir de l'entraînement et des procédures d'examen pour les fuites parasitaires et l'implication dans un projet de recherche en mammite.

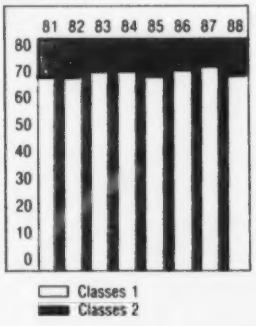
En 1988/89, il y a eu quatre candidats au programme d'intégration graduelle qui fait un total de 166 producteurs qui ont pris avantage du programme pendant les 16 dernières années.

•Promotion

Faits saillants - les ventes

La consommation totale du lait et des produits laitiers a diminué au cours de l'année dernière. La demande domestique pour le lait de transformation a diminué de 1,4% pour l'année laitière 1988/89. Au détail, les ventes totales pour le fromage a augmenté de 7,7% tandis que le beurre a diminué de 3,2%. La demande totale pour le lait de consommation au détaillant a diminué de 2,3% comparé à l'année laitière précédente avec la classe I qui a diminué de 2,6% et classe II qui a augmenté de 5,3%.

Ventes - Class 1 & 2
Année calendrier
(millions de litres)



Faits saillants - Lait de transformation

Le Bureau laitier du Canada continue à promouvoir le beurre et le fromage avec leurs annonces à la télévision *Mettez-y du beurre* et *François, Mathieu et le fromage*. Ces campagnes ont été élevés non seulement par le programme de cartes de recettes du Bureau mais aussi par la liaison formée avec les institutions des services alimentaires afin de promouvoir l'utilisation du programme d'atelier sur les fromages.

Une promotion de fromage et pâtes alimentaires, intitulée *En forme pour l'été* a été lancée à la mi-mai pour quatre semaines. Cette promotion, en collaboration avec Catelli, offrait aux personnes qui raffolent du fromage une chance de gagner un voyage pour deux en Italie pendant la dernière course de la Coupe du monde cycliste. Le deuxième prix était 1,000$ en épiceries. Avec chaque billet d'inscription, le consommateur recevait quatre délicieuses recettes de fromage et pâtes alimentaires. La promotion coïncidait avec *Juin, le mois des produits laitiers.*

C'est chaud, c'est maboul, une campagne de crème glacée d'une durée de huit semaines, s'est déroulée en 1989. Des affiches, des collants, des panneaux-réclame et des annonces publicitaires ont été effectifs pour distribuer ce message. La campagne de cette année comprenait aussi des T-shirts qui ont été vendus aux transformateurs et détaillants au prix coûtant afin d'améliorer la visibilité de la campagne. Les gueuses de lait ont contribué à la campagne avec des entrevues sur douze postes de radio à travers la province.

Cette année était la troisième et dernière année pour la récente campagne de pain au lait. Ce programme consiste entièrement de panneaux-réclame. Quoique le programme a eu un succès varié, ceci a donné un résultat d'utilisation d'environ 2 millions kgs de poudre de lait écrémé. Le montant total estimé de poudre de lait écrémé qui sera utilisé à la fin du programme est 3,2 millions de kgs.

Le département de recherche scientifique et de nutrition du Bureau continue de servir l'industrie en défendant les bénéfices des produits laitiers et en développant de nouveaux produits tel que le beurre fractionné qui bénéficiera l'industrie laitière. Semblablement, le département de la recherche du marché et de l'économie continue d'être un aspect important dans les activités du Bureau laitier et de la Régie; construisant une base solide sur laquelle des initiatives de mise en marché peuvent être construites.

La Régie continue de fournir de la surveillance provinciale et de l'appui pour la mise en place des programmes du Bureau avec l'aide du personnel de la promotion. La Fondation du lait du N.-B. fournit aussi de l'appui provinciale à plusieurs activités en information nutritive.

Fait saillants - lait de consommation

Basée sur une recherche du marché, le département de la promotion de la Régie a fixé ses priorités cibles pour ses efforts de promotion comme suit:

1. *Consommation hors-foyer:*
   Jeunes adultes (18-34 ans)
   Adolescents (12-17 ans)
   Pré-adolescents (6-12 ans)
2. *Ingrédient*
   Ménagères (18-49 ans)

La publicité à la télévision *Maintain your Cool* qui vise le marché des adolescents et jeunes adultes est dans sa deuxième année. Les objectifs de la campagne sont d'augmenter la consommation du lait pour le groupe cible, représenter le lait comme un breuvage moderne et de réenforcer la consommation hors-foyer. Deux nouvelles annonces intitulées *Bovine* et *Feline* ont été ajoutées au pool cette année, l'amenant à quatre. La recherche indique que les annonces sont bien aimées et environ 90% du groupe cible est conscient de la campagne. Ceci est exceptionnel considérant qu'une conscience de 50% est considérée comme très bonne par l'industrie publicitaire. De plus, selon la recherche du International Surveys Ltd, la consommation du lait par capita a augmenté de 8% pour le groupe cible, agé 12 à 29 ans. Ces deux trouvailles en particulier suggèrent que la campagne de lait télévisée de 39 semaines fonctionne très bien.

Le programme lait-école, visé aux marchés des pré-adolescents et adolescents, continue de maintenir la visibilité du lait dans les écoles. Plus de 26,000 étudiants ont participé au programme lait école élémentaire, le double de participation de l'année précédente. Des milliers d'étudiants au secondaire ont été atteints avec une promotion radiophonique de 26 semaines. Les programmes élémentaires et secondaires ont tous les deux reçu de l'appui en ressources éducationelles de la Fondation du lait du N.-B.

La campagne hors-foyer pour l'été '89 visait le marché 12 à 34 ans. L'objectif était de promouvoir la consommation du lait glacé dans des situations hors-foyer. L'emphase a été placée sur la publicité à la radio et sur les panneaux-réclame. Cinq annonces *Fait lait frais* de 30 secondes ont été diffusées sur onze postes de radio à travers la province. Des panneaux-réclame *Fait lait frais* étaient situés dans six centres urbains et une journée *Fait lait frais* a eu lieu pendant les quatre expositions.

La fourgonnette *Moo Mobile* avec ses dessins uniques de vaches a produit beaucoup de publicité pour la Régie. Sa visibilité cet été à différentes foires et événements spéciaux y compris les défilés, a reçu l'intérêt et une réaction positive de toutes les régions du Nouveau-Brunswick.

La princesse laitière 1989 ainsi que la guetteuse de lait, ont joué un rôle important dans les programmes estivals de promotion et relations publiques. Elles ont participé à plusieurs événements spéciaux de mai à septembre qui a valu beaucoup de publicité pour le lait et l'industrie laitière. On évalue à environ 3,200$ la publicité gratuite qui a résulté des entrevues accordées à divers médias.

Les projets qui accentuaient le marché des ingrédients ont continués pendant l'année. Une distribution provinciale de 140,000 calendriers a encouragé l'utilisation du lait comme ingrédient de cuisson. Le calendrier a reçu de l'appui du Evening Times-Globe à Saint John qui publia deux annonces pour promouvoir l'insertion du calendrier dans leur journal. Des milliers de recettes laitières ont été distribuées aux consommateurs et 750 recueils de recettes ont été vendus durant l'année.

Faits saillants - relations publiques

Le niveau d'activités de relations publiques a intensifié cette année, surtout dans les régions rurales. Les comités locaux ont fait la promotion du lait et de l'industrie laitière dans le cadre du programme de relations publiques mené par la Régie auprès des régions. La participation aux commandites "Dairy Town Classic Basketball Tournament" et "New Brunswick Amateur Speedskating Championships," dans laquel Gaétan Boucher a participé, ont été deux commandites entreprises avec succès et assistées par des milliers de Néo-Brunswickois.

La bourse d'étude G.B. Whalen pour 1989 (750$) a été décernée à M. John Schenkels de Red Bank. M. Schenkels est inscrit dans sa troisième année d'un baccalauréat des Sciences de l'Agriculture au Collège agricole de la Nouvelle-Ecosse.

Janet Jagoe de Stonehaven s'est vu décernée la bourse d'étude technique de la Régie (500$). Mlle Jagoe est à sa deuxième année d'étude en agriculture au Collège communautaire de Woodstock.

● Princesse laitière

La princesse laitière 1989 est Mlle Michelle Dubois d'Oromocto. Michelle et la guetteuse de lait, Nicole LeBlanc, ont eu un été très occupé visitant les écoles élémentaires et participant à plusieurs foires, événements spéciaux et expositions. Le duo ont fait la promotion du lait et d'autres produits laitiers et a produit beaucoup de plaisir avec leur "Chug-a-lugs au lait" et concours de crème glacée. Michelle poursuit ses études à l'Université d'Ottawa et se prépare pour une carrière en communications. Nicole poursuit ses études à l'Université de Sherbrooke en médecine.

La Régie de mise en marché
du lait du Nouveau-Brunswick

• Bilan

au 30 juin 1989

• Actifs	1989	1988
Actifs à court terme		
Encaisse	4,086 $	
Certificat de dépôt à terme		750,000 $
Comptes à recevoir	4,623,791	4,758,223
Stocks	39,410	34,088
Titres négociables (Valeur au marché 753,816$)	747,329	
Frais payés d'avance	29,307	68,444
	5,443,923	5,610,755
Fonds et placements		
Promotion	8,635	
Placement-R&G Transport Ltd., à la valeur de consolidation	728,156	801,492
	736,791	801,492
Immobilisations, prix coûtant (note 1)		
Terrains, lagune et chemins	285,829	280,030
Immeubles	812,220	810,405
Matériel d'entreposage du lait en vrac	747,869	739,126
Ameublement et matériel de bureau	130,055	119,078
Matériel informatique et logiciels	271,851	257,038
Automobiles et camions	164,247	135,191
	2,412,071	2,340,868
Moins l'amortissement accumulé	1,105,478	919,193
	1,306,593	1,421,675
	7,487,307 $	7,833,922 $

• Passifs	1989	1988
Passifs à court terme		
Prêt bancaire (note 2)	1,312,630$	511,000$
Découvert bancaire		927,850
Comptes à payer et frais courus (note 3)	3,909,535	4,123,987
	5,222,165	5,562,837
Fonds		
Promotion		23,127
Indemnité	751,219	750,000
	751,219	773,127
Surplus		
Surplus d'apport	37,608	37,608
Bénéfices non répartis	1,476,315	1,460,350
	1,513,923	1,497,958
	7,487,307$	7,833,922$

Notes

1. La valeur de toutes les immobilisations est exprimée au prix coûtant; exception faite des logiciels, les immobilisations sont amorties selon la méthode de l'amortissement dégressif, en fonction des taux annuels suivants:

Chemins	8%
Lagune	2½%
Immeubles	5%
Matériel d'entreposage du lait en vrac	20%
Ameublement et matériel du bureau	20%
Matériel informatique	30%
Logiciels	5 ans
Véhicules	30%

   Les coûts de certaines immobilisations ont été réduits de 95,553$ en raison de l'aide gouvernementale.
2. Le prêt bancaire est garanti par un transport de créance, un nantissement commercial ainsi qu'un transfert d'assurance feu.
3. Les comptes à payer et frais courus comprennent une somme de 482,430$ (1988, 907,535$) qui représente la portion non versée des retenues sur les quotas de mise en marché reçues durant l'exercice terminé le 30 juin 1989. Une somme de 415,263$ (1988, 113,645$) comprend des retenues hors quota perçues moins la portion applicable à la retenue intérieur-quota.

• Rapport des vérificateurs

Aux membres de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick

Nous avons vérifié le bilan de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick au 30 juin 1989 ainsi que les états des résultats et des bénéfices non répartis et de l'évolution de la situation financière de l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugé nécessaire dans les circonstances.

A notre avis, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de la Régie au 30 juin 1989 ainsi que les résultats de son exploitation et l'évolution de sa situation financière pour l'exercice terminé à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Sussex, Nouveau-Brunswick
le 16 octobre 1989

Buckley & Nixon
Comptables Agréés

Approuvé par le Régie

Roger C. Kaye
Directeur

Stephen L. DeMerchant
Directeur

●Etat des résultats et des bénéfices non répartis

Exercice terminé le 30 juin 1989

Revenus	**1989**	1988
Frais recouvrés par les producteurs	**372,912$**	396,061$
Allocation pour l'exploitation du pool	**205,052**	111,895
Allocation en provenance du fonds de quotas	**214,024**	164,221
Frais de service	**951,287**	774,462
Location	**108,225**	83,359
Intérêt	**86,397**	78,547
Autres	**88,682**	88,397
	2,026,579	1,696,942
Dépenses		
Administration (note 4)	**874,875**	848,229
Elaboration des politiques (note 5)	**147,349**	152,917
Comités laitiers locaux	**39,205**	34,389
Transport et chauffeurs	**644,850**	498,019
Réunion annuelle	**36,404**	25,879
Autres réunions	**28,604**	34,802
Entreposage de lait	**102,727**	65,601
Amortissement	**63,264**	72,234
	1,937,278	1,732,070
Excédent des revenus sur dépenses (dépenses sur revenus)	**89,301**	(35,128)
Revenu de placements (perte) R&G Transport Ltd.	**(73,336)**	163,341
Bénéfices non répartis au début de l'exercice	**1,460,350**	1,332,137
Bénéfices non répartis à la fin de l'exercice	**1,476,315$**	1,460,350$

●Etat de l'évolution de la situation financière

Exercice terminé le 30 juin 1989

Provenance du fonds de roulement	**1989**	1988
Exploitation		
Bénéfice	**15,965$**	128,213$
Items n'affectant pas le fonds de roulement		
Amortissement	**199,911**	166,291
Perte sur ventes d'immobilisations	**1,214**	9,039
Revenu (perte) de placements	**73,336**	(163,341)
	290,426	140,202
Produits sur ventes d'immobilisations	**11,713**	22,516
	302,139	162,718
Utilisation du fonds de roulement		
Exploitation		
Fonds de roulement provenant de l'exploitation	**74,076**	542,202
Ajouts aux immobilisations	**97,757**	407,954
	171,833	950,156
Augmentation (diminution) de fonds de roulement négatif	**(130,306)**	787,438
Fonds de roulement négatif au début de l'exercice	**1,438,850**	651,412
Fonds de roulement négatif à la fin de l'exercice	**1,308,544$**	1,438,850$
Fonds de roulement négatif		
Prêt bancaire		511,000
Encaisse découvert	**1,308,544**	927,850
	1,308,544$	1,438,850$

Notes

4. Les frais d'administration ne comprennent pas la somme de 238,722$ (1988, 212,517$) allouée au fonds de promotion et dépenses de transport.
5. Les frais relatifs à l'élaboration des politiques incluent la rémunération et les frais généraux des membres du Conseil.
6. Les chiffres comparatifs pour 1988 ont été redressés afin d'être conformes à la présentation des états financiers pour l'exercice courant.

Note

7. La Régie a pour politique de maximiser le rendement du capital détenu au titre du fonds de roulement en investissant dans les certificats de dépôt et d'autres instruments similaires productifs d'intérêts.

● Exploitation du pool
Exercice terminé le 30 juin 1989

	1989	1988
Volumes de lait (milliers de litres)	**132,292**	130,342
Valeur du lait		
Ventes	**65,940,095 $**	63,859,315 $
Achats	**65,734,628**	63,738,762
A payer aux producteurs à la fin de l'exercice	**205,467**	120,553
Transport		
Recouvré des producteurs	**3,118,050**	3,305,979
Dépenses	**3,118,465**	3,314,637
Recouvré auprès des producteurs à la fin de l'exercice	**415**	8,658
Imputé aux bénéfices	**205,052 $**	111,895 $

● Etat des fonds relatifs aux quotas
Exercice terminé le 30 juin 1989

	Quotas de lait de consommation		Quotas de mise en marché Non Utilisés		Quotas de mise en marché Utilisés		Tous Quotas	
	1989	1988	**1989**	1988	**1989**	1988	**1989**	1988
Recettes	**930,864 $**	1,008,862 $	**956,911 $**	673,821 $	**69,934 $**	99,927 $	**1,957,709 $**	1,782,610 $
Déboursés	**752,961**	899,419	**926,445**	657,831	**64,279**	58,310	**1,743,685**	1,615,560
Changements au cours de l'exercice	**(177,903)**	(109,443)	**(30,466)**	(15,990)	**(5,655)**	(41,617)	**(214,024)**	(167,050)
Allocation au revenu	**177,903**	176,225	**30,466**	(100,344)	**5,655**	88,340	**214,024**	164,221
Solde au début de l'exercice	**Nil**	(66,782)	**Nil**	116,334	**Nil**	(46,723)	**Nil**	2,829
Solde à la fin de l'exercice	**Nil**	Nil	**Nil**	Nil	**Nil**	Nil	**Nil**	Nil

Note

8. Les recettes et les déboursés relatifs aux quotas, sont approuvés par la Régie après que les prix d'équilibre ont été établis. Le prix d'équilibre est le prix où le volume d'offre de vente de quotas est égal, ou à peu près égal au volume d'offre d'achat de quotas.

• Etat des fonds de promotion

Exercice terminé le 30 juin 1989

Recettes durant l'exercice	**1989**	1988
Lait du pool (note 9)	**928,733$**	867,879$
Autres	**63,153**	59,545
	991,886	927,424
Déboursés durant l'exercice		
Promotion du lait de transformation (note 10)	**358,652**	323,747
Fondation du lait du Nouveau-Brunswick	**50,799**	52,579
Recherche et développement	**14,277**	14,213
Promotion du lait de consommation		
Coûts publicitaires - télévision	**191,371**	146,844
Bureau laitier du Canada	**6,606**	4,946
Lait-écoles	**36,900**	25,400
Autres programmes	**77,816**	84,808
Relations publiques	**93,326**	69,891
Administration	**193,901**	181,546
	1,023,648	903,974
Augmentation (Diminution) pour l'exercice	**(31,762)**	23,450
Fonds accumulés au début de l'exercice réservés à la promotion	**23,127**	(323)
Solde à la fin de l'exercice	**(8,635)$**	23,127$

Notes

9. A compter du 1er juillet 1988, le prélèvement sur le lait du pool à des fins de promotion est passé de 67,8¢ à 70,2¢ l'hectolitre pour toutes les expéditions.

10. Les déboursés en faveur du Bureau laitier du Canada aux fins de la promotion nationale sont 60¢ l'hectolitre pour les expéditions relatives aux quotas de mise en marché effectuées par tous les producteurs.

• Fonds d'indemnité

Exercice terminé le 30 juin 1989

Recettes durant l'exercice	**1989**	1988
Revenu d'intérêt	**65,629 $**	60,836$
Avances	**(6,995)**	(24,405)
	58,634	36,431
Déboursés durant l'exercice		
Projet calendrier	**57,415**	38,621
Augmentation (Diminution) pour l'exercice	**1,219**	(2,190)
Solde au début de l'exercice	**750,000**	752,190
Solde à la fin de l'exercice	**751,219$**	750,000$

• Retenues sur quotas de mise en marché

au 30 juin 1989

	1989	1988
A payer à la CCL au début de l'exercice	**959,166 $**	1,204,746$
Prélèvements nets reçus des producteurs	**1,967,777**	2,165,712
	2,926,943	3,370,458
Déboursés à la CCL	**2,029,250**	2,411,292
A payer à la CCL à la fin de l'exercice (note 11)	**897,693$**	959,166 $

Note

11. Le montant à payer à la CCL à la fin de l'exercice comprend une somme de 415,263$ (1988, 113,645$) au titre des retenues hors-quota perçues moins la portion applicable à la retenue intérieur-quota.